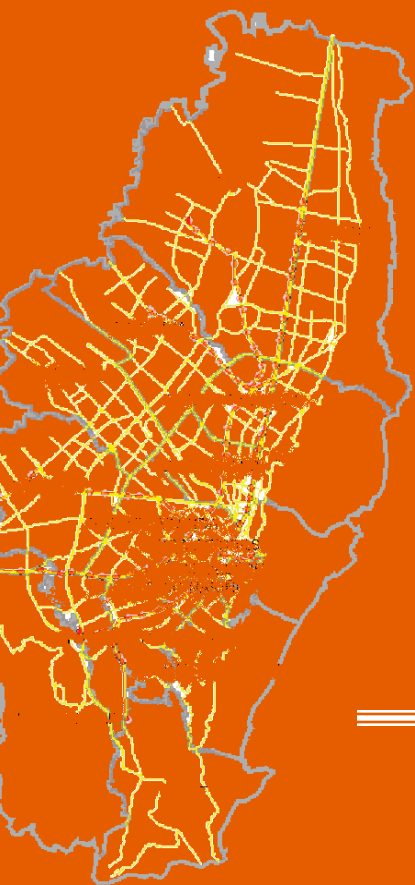


Clima de los Negocios en Bogotá 2009

Estudio sobre la opinión
de los empresarios
de Bogotá

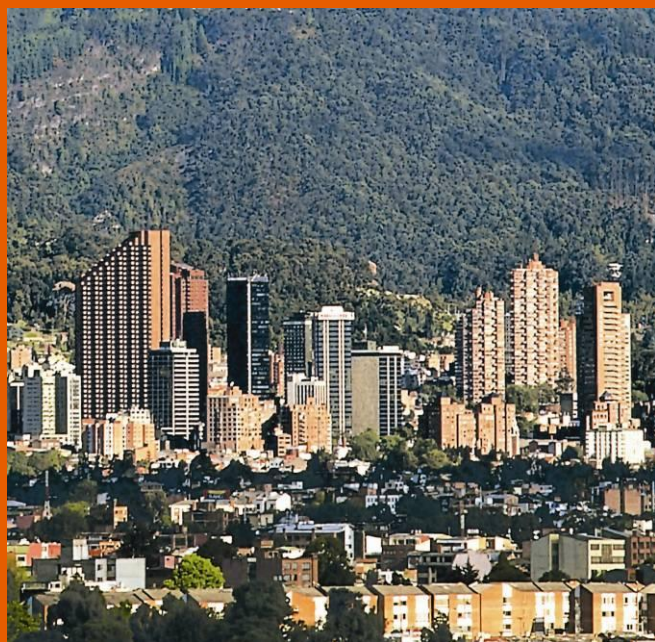


CC CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Por nuestra sociedad



Clima de los Negocios en Bogotá 2009

Estudio sobre la opinión
de los empresarios
De Bogotá



María Fernanda Campo Saavedra
Presidenta Ejecutiva

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

Lina María Castaño Mesa
Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

Jorge Omar Serrano Franco
Jorge Andrés Rodríguez Parra
Analistas Dirección de Estudios
e Investigaciones

Bogotá, Marzo de 2010

Clima de los Negocios en Bogotá 2009

Contenido

Presentación	5
Ficha técnica	6
1. Caracterización de las empresas	7
2. Percepción y perspectivas de la actividad económica	9
3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica	
- En el mercado local y nacional	11
- En el mercado internacional	15
- A nivel global	18
4. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos	21
5. Impacto de la situación económica en las empresas de Bogotá	24
6. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la región	28
Conclusiones	30

Presentación

La Cámara de Comercio de Bogotá, CCB, a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones, publica la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2009, en la cual se analiza la percepción de los empresarios bogotanos sobre el entorno para los negocios en la ciudad, y las estrategias que los empresarios implementaron para mitigar el impacto de la desaceleración económica en las empresas. Con esta publicación, la entidad contribuye a ampliar la información y el conocimiento sobre la dinámica y expectativas de la actividad productiva a nivel sectorial y en la ciudad; los problemas del entorno para su desarrollo; y las decisiones de las autoridades nacionales y distritales que inciden en el entorno de los negocios.

Las ciudades y regiones son centros de desarrollo económico y social, que buscan garantizar un entorno propicio para el desarrollo de la actividad productiva, la inversión y la calidad de vida de sus habitantes, con una infraestructura física y tecnológica moderna que permita elevar la productividad, mejorar la conectividad, facilitar la movilidad y ampliar el acceso a nuevos y más grandes mercados. En este sentido, el clima de los negocios en una ciudad es un factor importante para los ejecutivos y hombres de negocios, que toman decisiones de inversión y de localización de sus empresas, que se constituyen en un elemento determinante para el desarrollo económico de la ciudad y de su inserción al mercado regional, nacional y global.

Bogotá es el principal centro empresarial del país en donde se localizan cerca de 248 mil empresas, es la ciudad que más aporta al PIB nacional (26%) y ha logrado ubicarse como la sexta ciudad más atractiva en América Latina para vivir e invertir. Con una población de casi 8 millones de habitantes, Bogotá es el primer mercado de trabajo urbano y en su estructura productiva predominan las micro y pequeñas empresas (96%). Bogotá en los últimos años, ha logrado elevar su crecimiento económico, sustentado en el tamaño de su mercado, el aumento de las exportaciones y en la dinámica de la inversión extranjera directa.

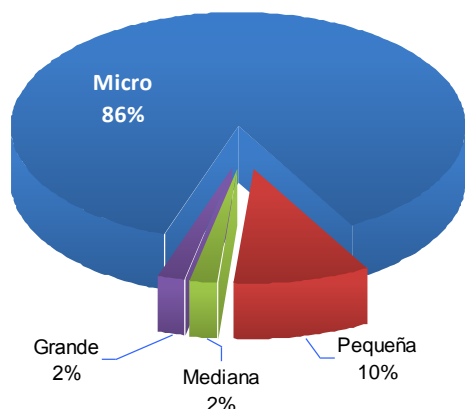
Con la publicación de los resultados de la Encuesta del Clima de los Negocios 2009, la Cámara de Comercio de Bogotá, le ofrece a las autoridades, a los empresarios y a la comunidad, información útil para identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de Bogotá en el contexto nacional e internacional, y sobre las estrategias que los empresarios han adoptado para sostener el crecimiento de las empresas en el contexto de menor crecimiento económico en la ciudad y en el país.

FICHA TECNICA	
Nombre del estudio	Estudio sobre la opinión y percepción de los empresarios de Bogotá del Clima de los Negocios en la ciudad
Objetivo	Medir la opinión y percepción del empresario bogotano, sobre los resultados, dinámica y expectativas de las actividades productivas a nivel sectorial y en la ciudad; los problemas del entorno para el desarrollo de su actividad; las decisiones de las autoridades nacionales y distritales que inciden en el entorno de los negocios, y el diseño de un módulo especial, para evaluar el impacto de la desaceleración económica actual y las estrategias que están implementando los empresarios, para mitigar los posibles efectos en sus empresas y aumentar sus ventas.
Público objetivo del estudio	Empresarios de Bogotá, registrados ante la Cámara de Comercio de Bogotá, clasificados según sectores de la actividad productiva, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa.
Tipo de estudio	Cuantitativo- Concluyente
Corte del estudio	Descriptivo – Correlacional
Técnica empleada	Encuesta presencial
Tipo de muestreo	Muestreo estratificado (la muestra se repartió proporcionalmente entre tamaño de la empresa y por actividad empresarial)
Muestra calculada para 2009	1.071
Nivel de confianza	95%
Error de muestreo máximo permitido	3%

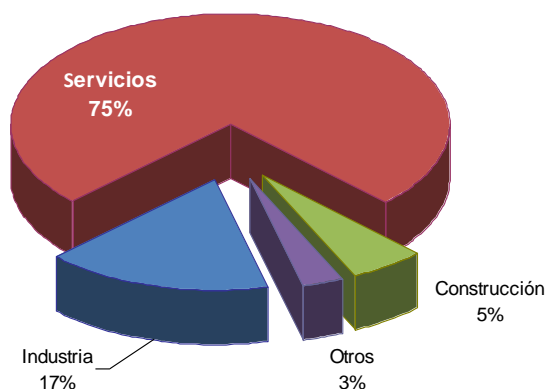


1. Caracterización de las empresas

¿Cuál es el tamaño de la empresa?

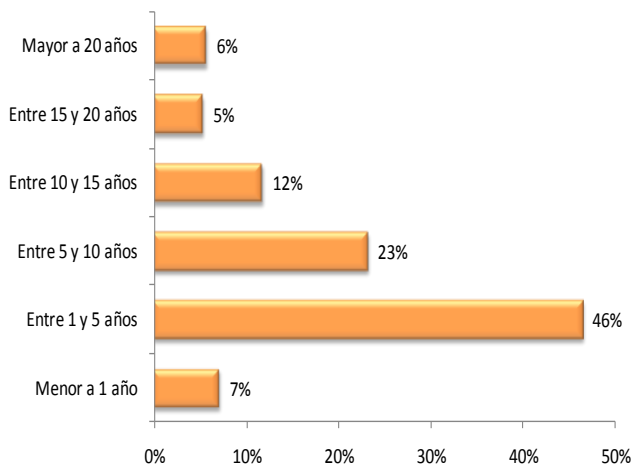


¿A qué sector pertenece su empresa?

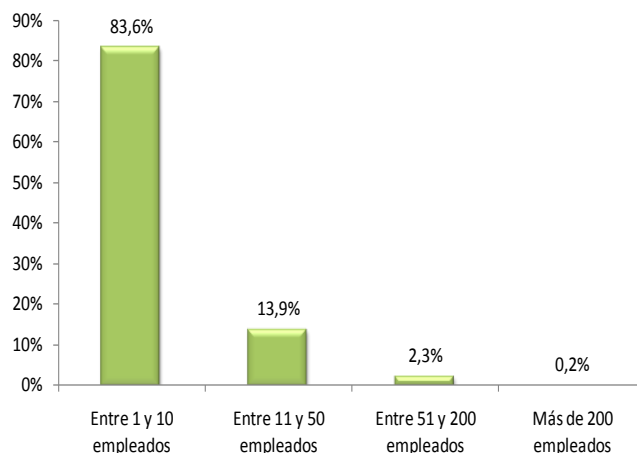


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?



¿Cuántas personas trabajan en la empresa?

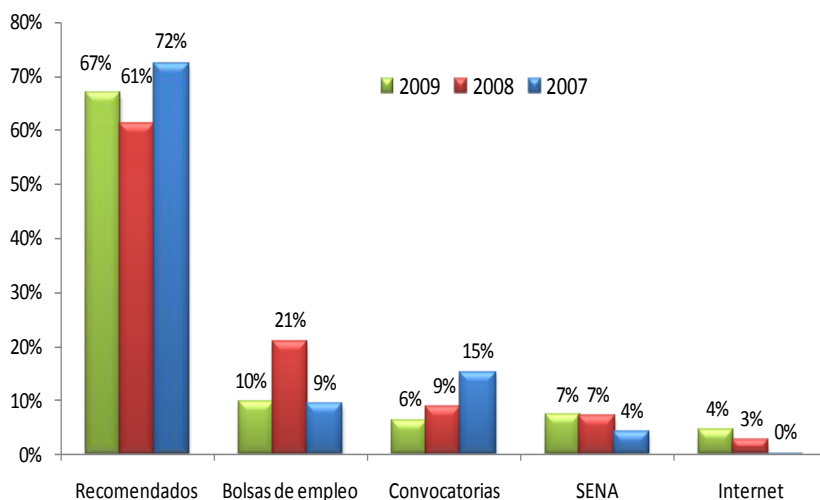


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

En general, el 86% de las empresas encuestadas eran microempresas, el 12% pymes y el 2% grandes. El 75% se dedican a la actividad de servicios, el 17% a la industria, el 5% a la construcción. El 84% de las empresas encuestadas tenían una planta entre 1 y 10 empleados. El 46% tenían entre 1 y 5 años de funcionamiento.

1. Caracterización de las empresas

¿Cuál es el medio que utiliza con mayor frecuencia para buscar el personal que necesita su empresa?

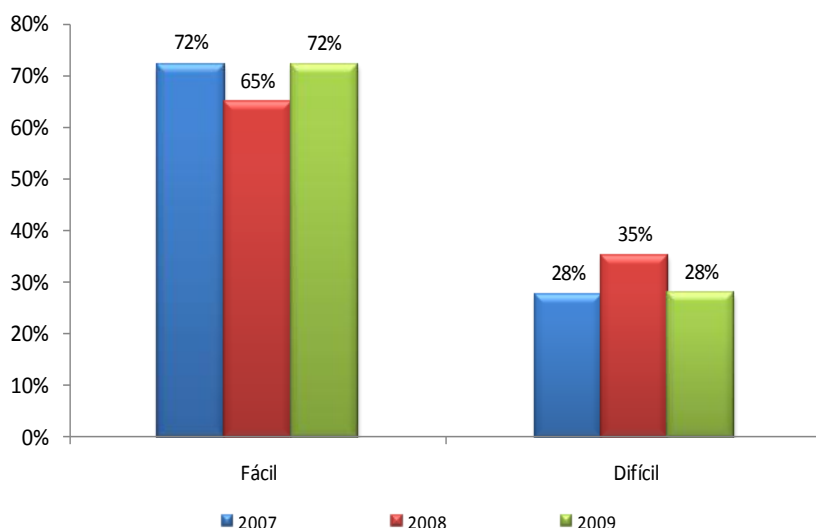


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

En el 2009, para los empresarios las recomendaciones de personal fueron el medio más utilizado para la contratación de personal. Perdieron importancia las bolsas de empleo y las convocatorias. Además, sigue siendo bajo el uso del Sena y del Internet.

Los empresarios consideran que la contratación por recomendación es el medio más confiable y seguro para conseguir personal.

¿Qué tan fácil o difícil es encontrar personal calificado para la empresa?



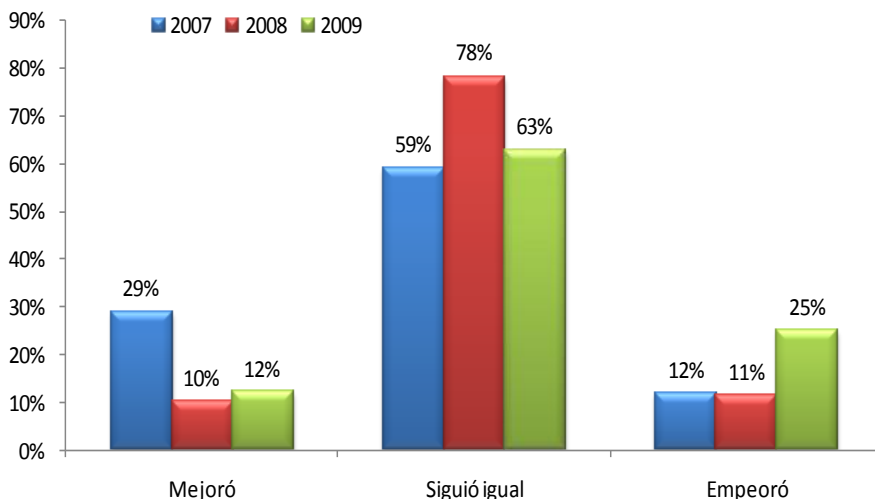
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

En el 2009, el 86% de los empresarios realizó contratación de personal.

En este año, fue más fácil (72%) para los empresarios de Bogotá conseguir personal calificado de acuerdo al perfil requerido por la empresa. La mayor facilidad está asociada a la mayor oferta en el mercado laboral, como consecuencia del aumento de la tasa desempleo en la ciudad, que alcanzó el 11,5% en el 2009.

2. Percepción y perspectivas de la actividad económica

La situación de su empresa en el último año ...



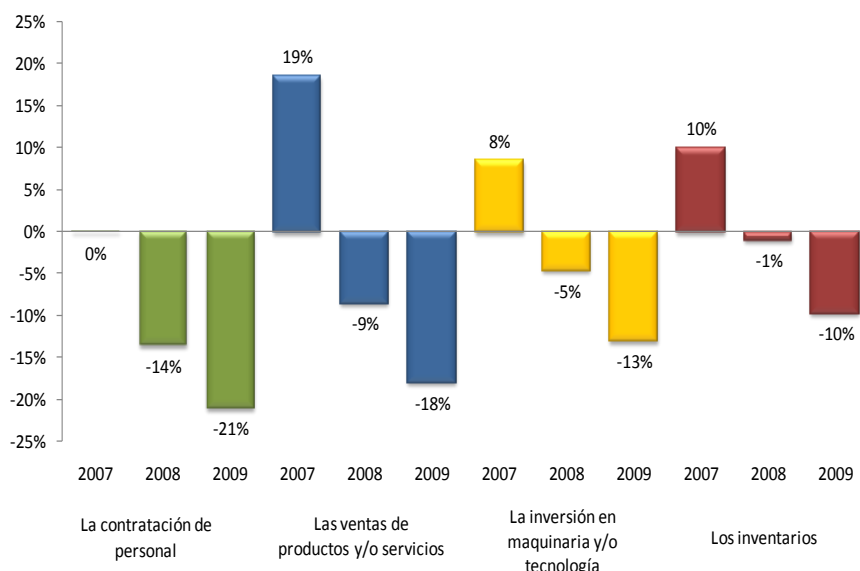
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

En el 2009, la mayoría de los empresarios consideró que la situación económica de su empresa mejoró o permaneció igual. Sin embargo, los empresarios que consideraron que la situación económica de su empresa había empeorado aumentaron significativamente, de 11% en el 2008 a 25% en el 2009.

Las micro y pequeñas empresas fueron las más afectadas (26% en situación negativa), mientras en las grandes empresas, el 90% consideró que la situación económica de su empresa se mantuvo igual y el 10% que mejoró.

¿Cuál fue el balance en el último año en su empresa respecto a:

Balance de contratación de personal, ventas, inversión e inventarios



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

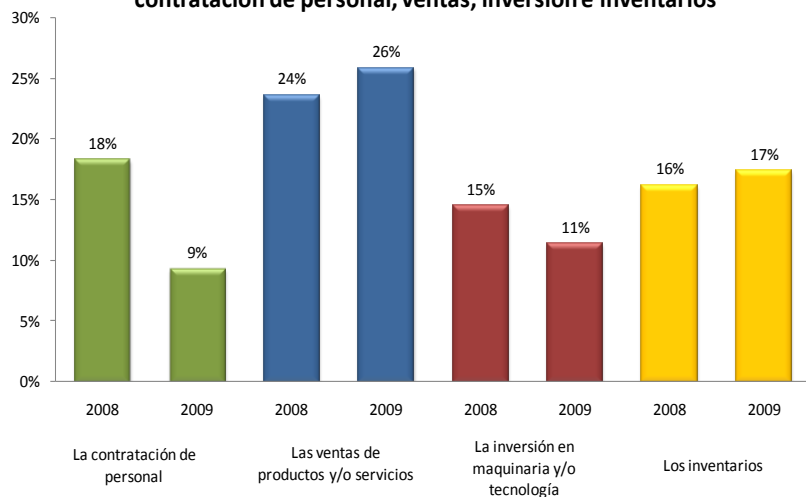
En el 2009, los efectos de la desaceleración de la economía se reflejaron en la disminución de la contratación de personal, de las ventas y de la inversión.

En contratación de personal el balance fue el más negativo con respecto a los años anteriores, debido a que el 30% de los empresarios disminuyó la contratación y solo el 9% la aumentó. Las ventas disminuyeron para el 36% de los empresarios y para el 18% aumentaron. La inversión en maquinaria y equipo disminuyó para el 25% de los empresarios y aumentó para el 12%. La gran empresa fue la menos afectada, registró balances positivos en contratación de personal y en ventas.

2. Percepción y perspectivas de la actividad económica

¿Cuáles son sus expectativas para los próximos seis meses?

**Balance de expectativas para el primer semestre 2010
contratación de personal, ventas, inversión e inventarios**



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

Las perspectivas para el primer semestre del 2010, indican que los empresarios en Bogotá son optimistas, en la medida en que consideran que las ventas serán superiores al 2009. Los más optimistas son los empresarios de las grandes empresas (58%), en las micro y pequeñas empresas el optimismo es menor (42%).

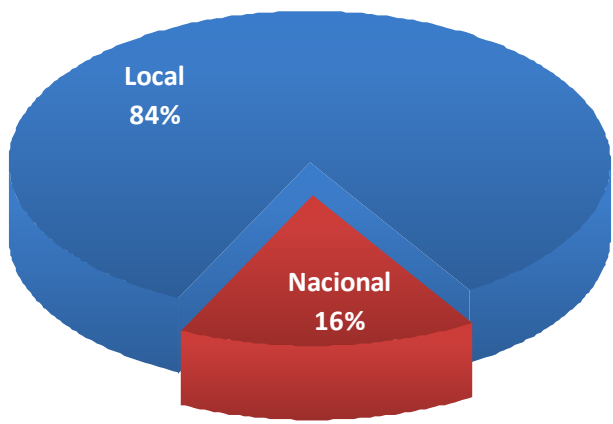
Sin embargo, son prudentes frente a la contratación de personal y la inversión. Además, el 31% esperan que los inventarios aumenten como resultado de la recuperación.



3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado local y nacional

¿En cuáles mercados comercializa sus productos y/o servicios?

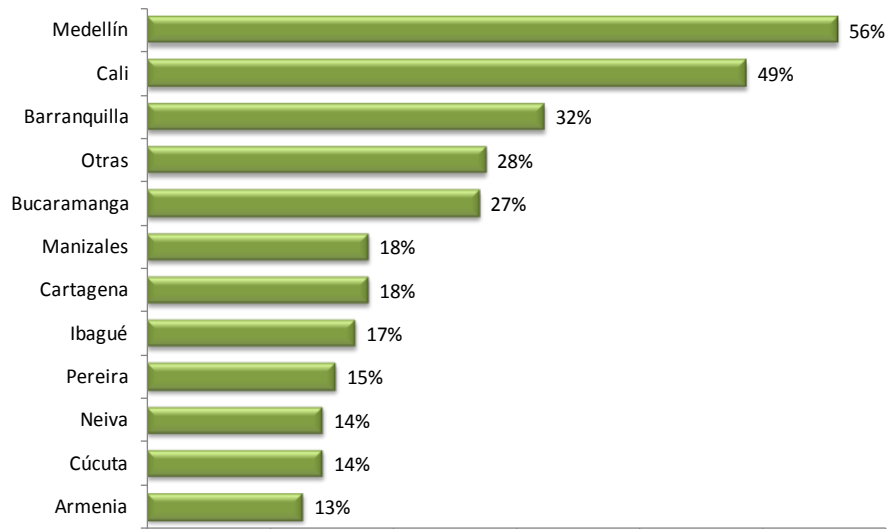


En el 2009, entre las empresas que comercializan sus productos y/o servicios en los mercados de Colombia, el 84% de las empresas vendió en el mercado de la ciudad y en Cundinamarca .

Esta situación se debe al predominio de microempresas que se crean para atender mercados de barrio preferencial mente.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuáles son las principales ciudades donde comercializa los productos y servicios de su empresa?



En el 2009, el 16% de los empresarios manifestó vender sus productos en otras regiones de Colombia diferentes a Bogotá. Medellín es el primer destino, otros destinos son Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

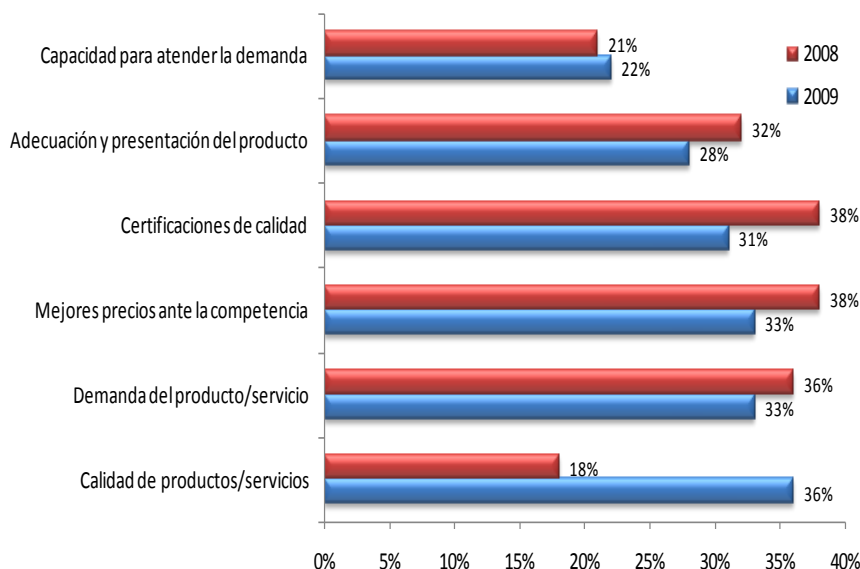
Las grandes (45%) y medianas (35%) empresas son las que más han consolidado mercados fuera de Bogotá. Por su parte, solo el 18% de las micros y pequeñas empresas tiene otros mercados diferentes al de Bogotá.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado local y nacional

¿Cuáles son los factores determinantes para distribuir los productos y/o servicios en el mercado local?

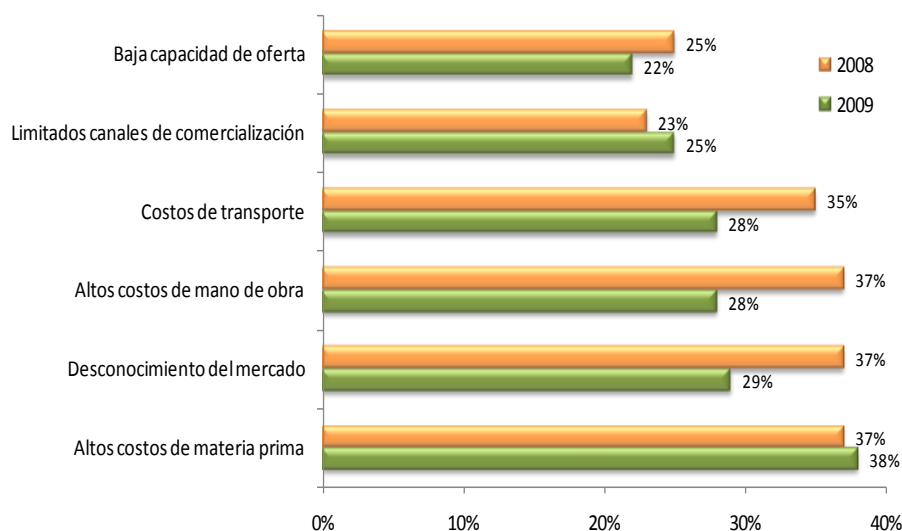


En el 2009, para los empresarios de Bogotá, la calidad (36%), la demanda (33%) y los mejores precios (33%) fueron los tres factores más determinantes para comercializar los productos y servicios en el mercado local.

En este año, los empresarios destacaron la calidad como la ventaja más importante para consolidarse en el mercado de la ciudad.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuáles son los obstáculos que dificultan la distribución de los productos y servicios en el mercado local?



En el 2009, los altos costos de las materias primas (38%) y el desconocimiento del mercado (29%) fueron los dos principales obstáculos que hicieron difícil la distribución de bienes y servicios en la ciudad.

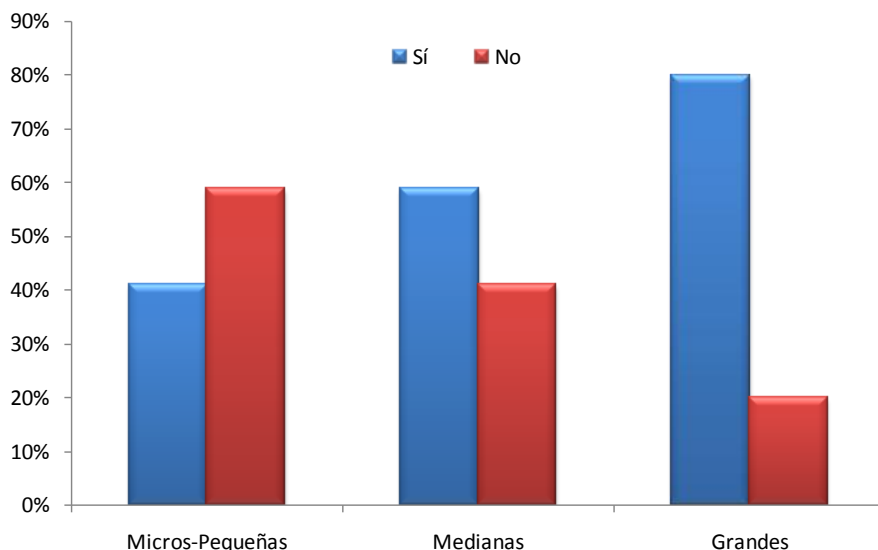
Los altos costos de mano de obra y de transporte, que tradicionalmente han afectado negativamente la actividad empresarial, también se destacaron, pero con menor intensidad con relación al año 2008.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado local y nacional

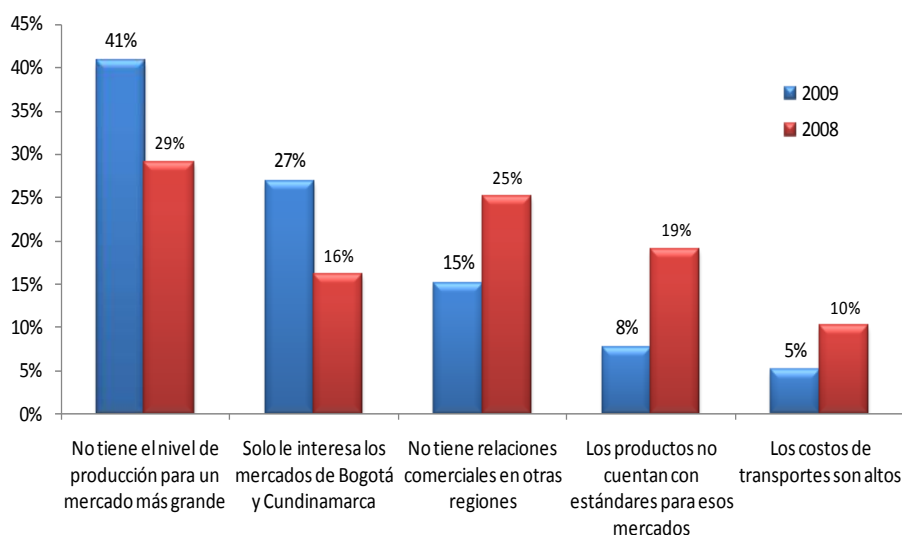
¿Le interesa ampliar la comercialización de sus productos y servicios a otras regiones de Colombia?



A la mayoría de los empresarios que tienen grandes empresas (80%) les interesa comercializar sus productos y servicios en otras regiones del país. Por el contrario, al 59% de los micro y pequeños empresarios solo les interesa el mercado local, debido a la escasa capacidad de producción y de conocimiento de mercados diferentes a los que tradicionalmente atienden.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuáles son las razones por las que no se comercializa en otras regiones de Colombia?



En el 2009, las principales razones de los empresarios para no vender sus productos y servicios en otras regiones del país son: no tienen un nivel de producción suficiente (41%) para atender mercados más grandes y solo les interesa los mercados de Bogotá y Cundinamarca (27%).

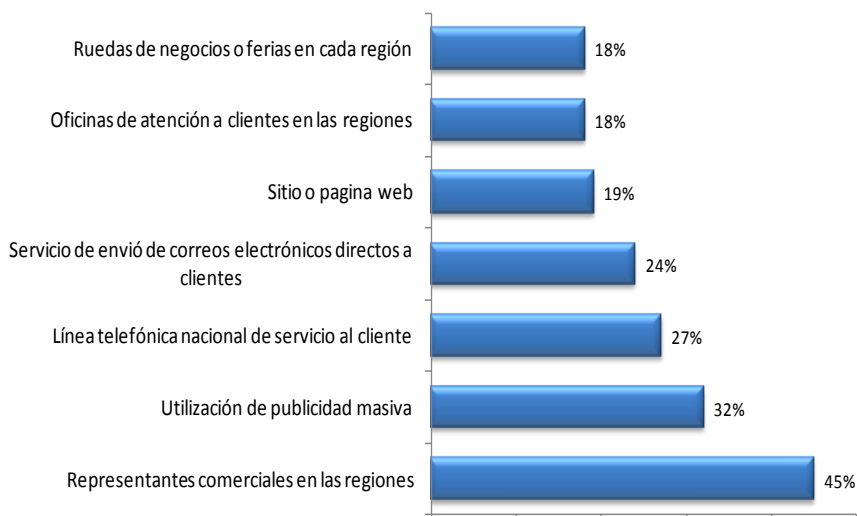
Según las medianas (41%), micro y pequeñas (59%) empresas, la baja capacidad de producción limita sus posibilidades de ampliar las ventas a otros mercados diferentes al de Bogotá.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado local y nacional

¿Cuáles son los recursos que utilizan las empresas de Bogotá para dar a conocer sus productos y servicios en otras regiones de Colombia?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

La contratación de representación comercial en las regiones y la publicidad masiva, fueron las dos estrategias más importantes que utilizaron los empresarios de Bogotá para dar a conocer sus productos y servicios en los mercados de otras regiones de Colombia.

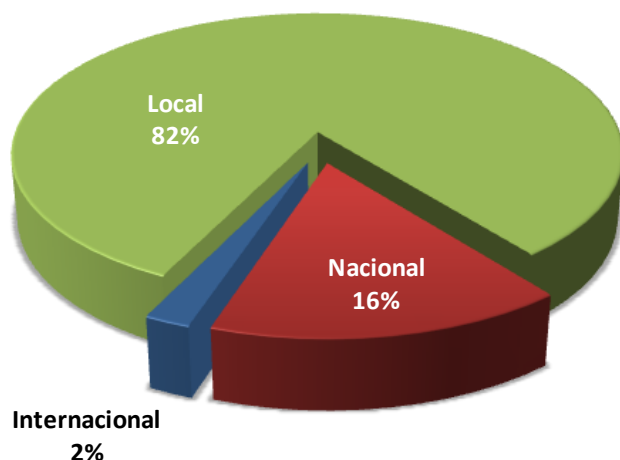
Por tamaño de empresa, en las grandes el principal recurso fue el uso de página web (56%), en las medianas la publicidad masiva (100%), y en las micro y pequeñas empresas los representantes comerciales (44%).



3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado internacional

¿En cuáles mercados comercializa sus productos y/o servicios?

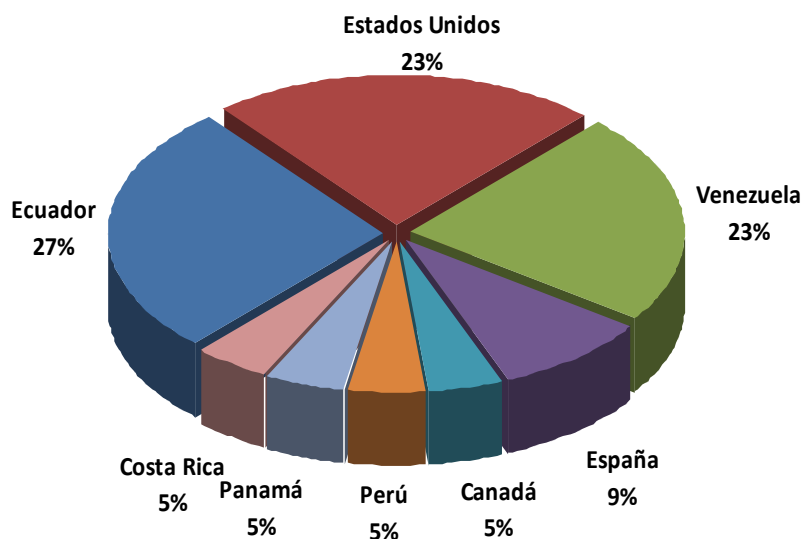


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

En el 2009, como es tradicional, solo el 2% de los empresarios de Bogotá vendieron sus productos y servicios en los mercados internacionales.

La baja orientación exportadora, está relacionada con los altos costos en los que debe incurrir el empresario, y los riesgos que implica la venta de los productos y servicios en mercados que desconoce.

¿Actualmente a qué país exporta?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

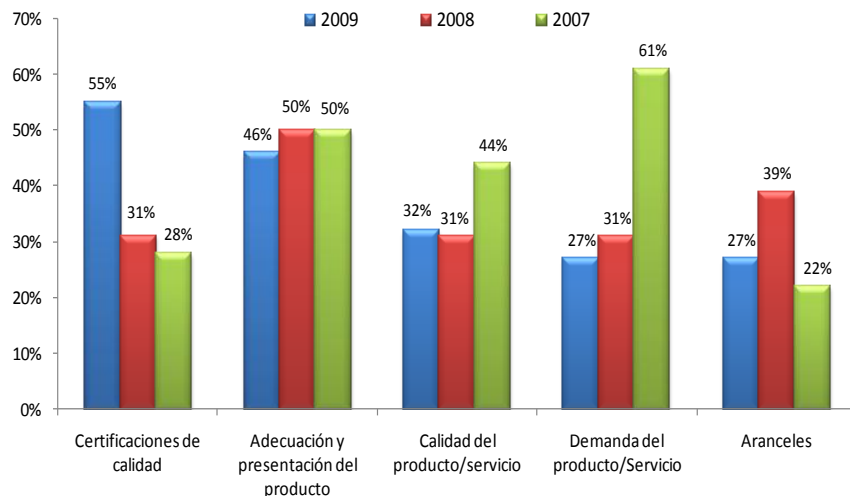
En el 2009, los mercados de exportación más importantes para las empresas de Bogotá, fueron los de Estados Unidos, Ecuador y Venezuela.

Hacia estos países, el 73% de las empresas vendió el 11% de su producción. Estos mercados se caracterizaron por la disminución de las importaciones y la crisis o inestabilidad económica.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado internacional

¿Cuáles son los factores que le facilitan exportar sus productos y servicios?

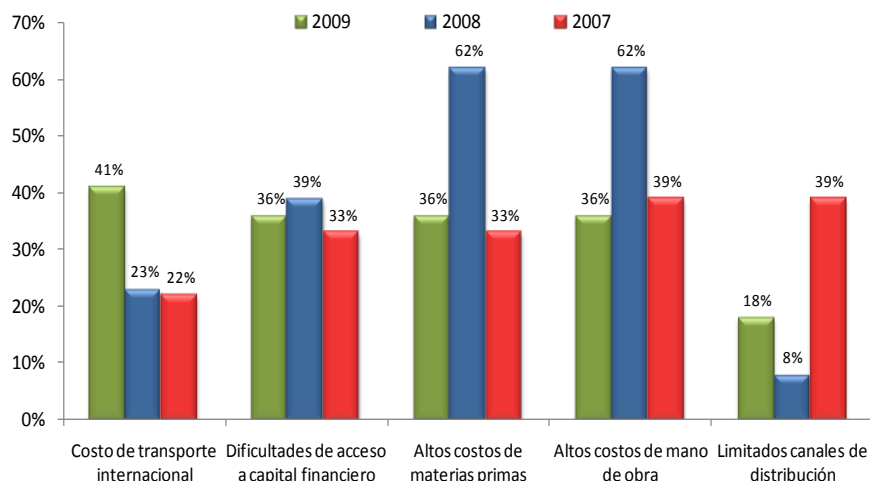


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

Los factores que facilitaron la actividad exportadora para los empresarios de Bogotá fueron: las certificaciones de calidad (55%), la presentación (46%) y calidad del producto (32%). También se destacaron los aranceles y la demanda, pero con menor importancia respecto a años anteriores.

Las restricciones de demanda en mercados importantes como los de Estados Unidos y la Unión Europea, así como, las medidas administrativas, en Venezuela y Ecuador, contribuyeron de disminuir la importancia de estos factores.

¿Cuáles son los factores que dificultan exportar sus productos o servicios?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

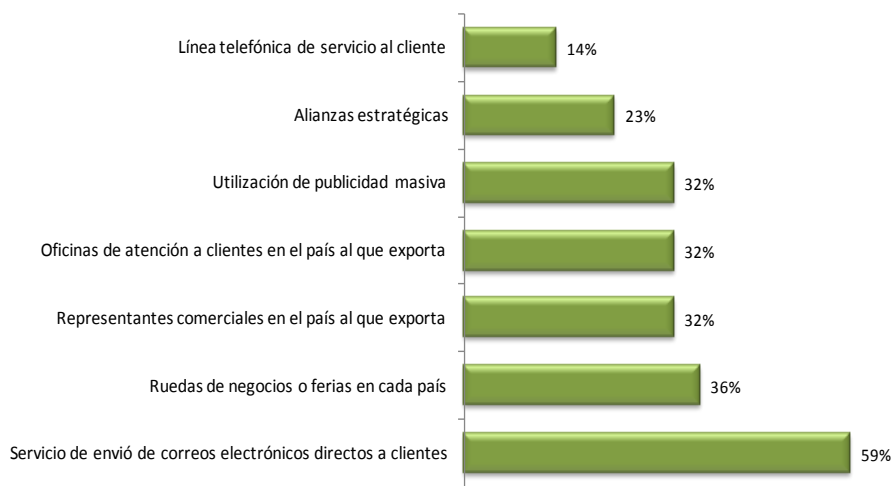
En el 2009, el alto costo del transporte internacional (41%) fue el principal factor que limitó la actividad exportadora de los empresarios de Bogotá. Esta situación la corrobora el hecho de que un exportador colombiano paga US\$1.770 por contenedor, valor superior al que paga un exportador de Argentina (US\$ 1.480), Brasil (US\$1.540) o Ecuador (US\$ 1.375).

Además los altos costos de las materias primas y de la mano de obra y las dificultades de acceso al crédito, limitan la competitividad de los productos en los mercados internacionales.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

En el mercado internacional

¿ Cuáles son los recursos que utilizan las empresas de Bogotá para dar a conocer sus productos o servicios en los mercados internacionales?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

Los exportadores de Bogotá para dar a conocer sus productos en los mercados internacionales utilizaron con mayor frecuencia el envío de correos (59%), las ruedas de negocios (36%) y representantes comerciales (32%) en los países de destino.

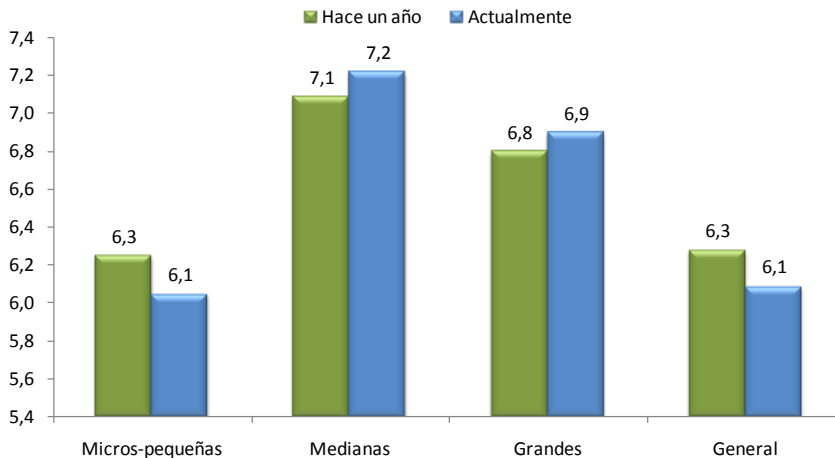
Los representantes comerciales son utilizados con mayor frecuencia por las grandes empresas (100%) y el envío de correos electrónicos directos a los clientes por las MIPYMES



3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

A nivel global

¿Qué tan fácil es comercializar sus productos o servicios en los mercados que atiende?



En el 2009 con relación al 2008, para los empresarios de Bogotá fue más difícil comercializar sus productos y servicios.

La microempresa fue la que presentó mayor dificultad, dado que la calificación (actualmente) no solo es la más baja (6,1), sino que además, es inferior a la de hace un año (6,3).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuáles son los factores del entorno que favorecen más el desarrollo de la actividad económica de su empresa?



Los tres factores que más favorecieron la actividad económica fueron la alta calidad de los insumos, la disponibilidad de mano de obra calificada y los bajos costos de los insumos.

Se destaca la baja importancia que tienen el crecimiento económico y en especial las condiciones favorables para exportar, en gran medida por la reevaluación y la caída de la demanda externa

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

A nivel global

¿Cuáles son los factores que obstaculizan el desarrollo de la actividad económica de su empresa?

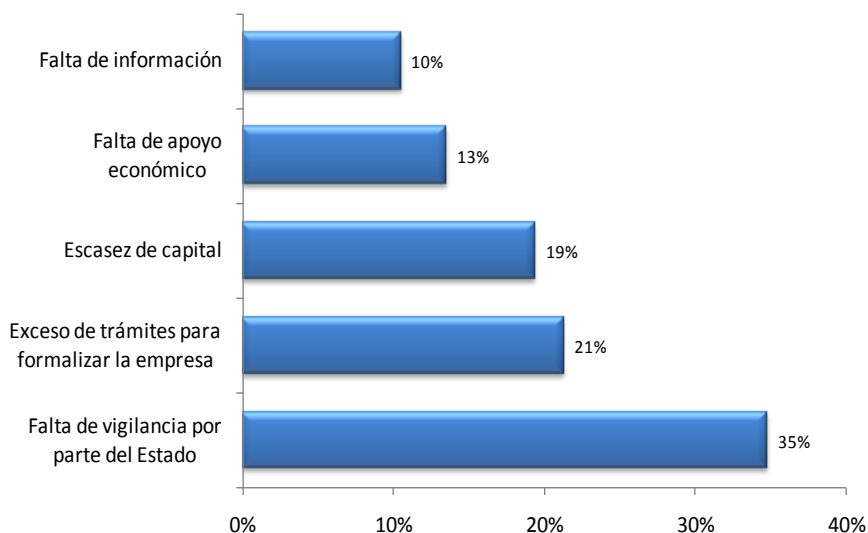


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

Los factores que más obstaculizaron la actividad económica fueron, la inestabilidad económica, la inseguridad, la informalidad y las dificultades de acceso al capital financiero.

Por tamaño de empresa, la inestabilidad económica afectó de manera más acentuada a la gran empresa (80%); la inseguridad a la mediana (78%), y la combinación de éstos dos factores a las micro y pequeñas empresas (41% y 37% respectivamente).

¿Cuál cree que es la principal causa por la que se generan actividades informales?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

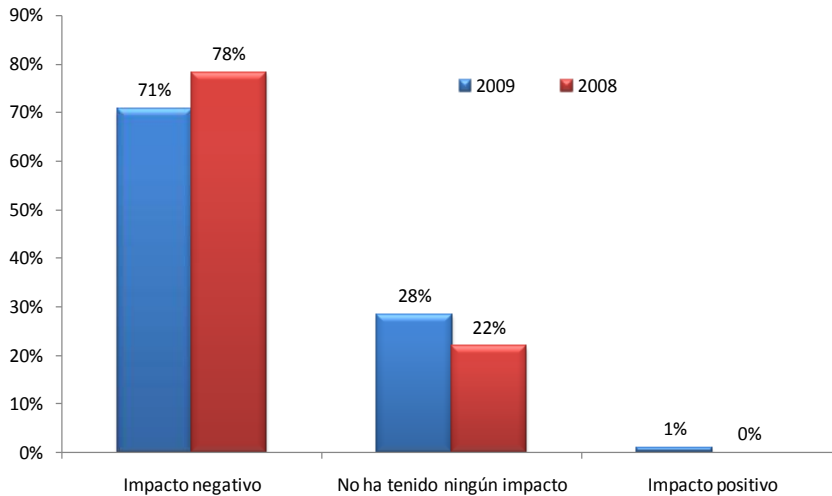
En el 2009, según la percepción de los empresarios bogotanos, las actividades informales se deben principalmente a: la falta de vigilancia del Estado (35%), al exceso de trámites para formalizar la empresa (21%) y la escasez de capital (19%).

En estas condiciones, es prioritario facilitar el acceso a la formalidad a través de la simplificación de trámites y la utilización de una estrategia en la cual se den a conocer los beneficios de la formalización.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica

A nivel global

¿Cuál es el impacto de las actividades informales en el sector, donde se encuentra su empresa?



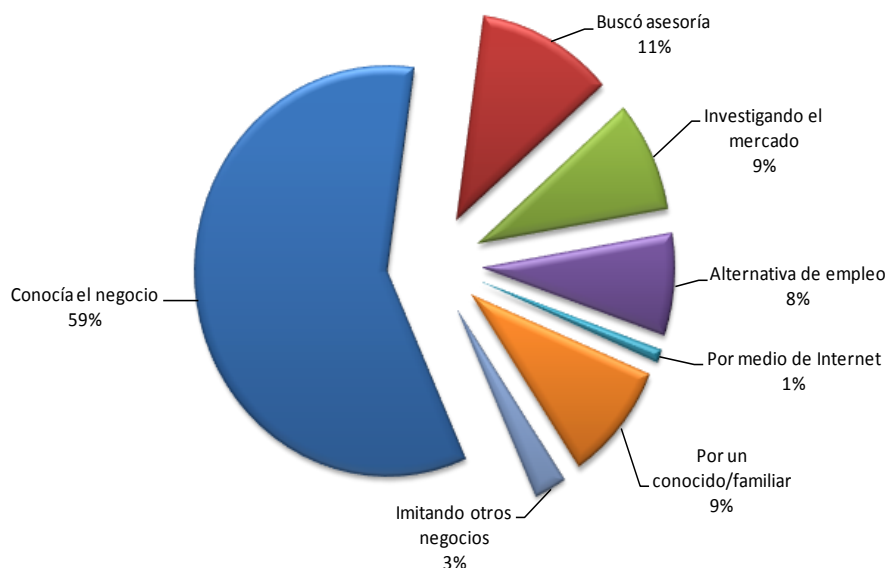
La mayoría de los empresarios de Bogotá (71%) señalaron la existencia de actividades informales en su sector productivo. Además, les genera un impacto negativo porque las empresas que se encuentran en la informalidad tienden a vender por debajo de los precios de mercado y generan competencia desleal.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.



4. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿Cómo identificó la oportunidad de negocio para crear su empresa?

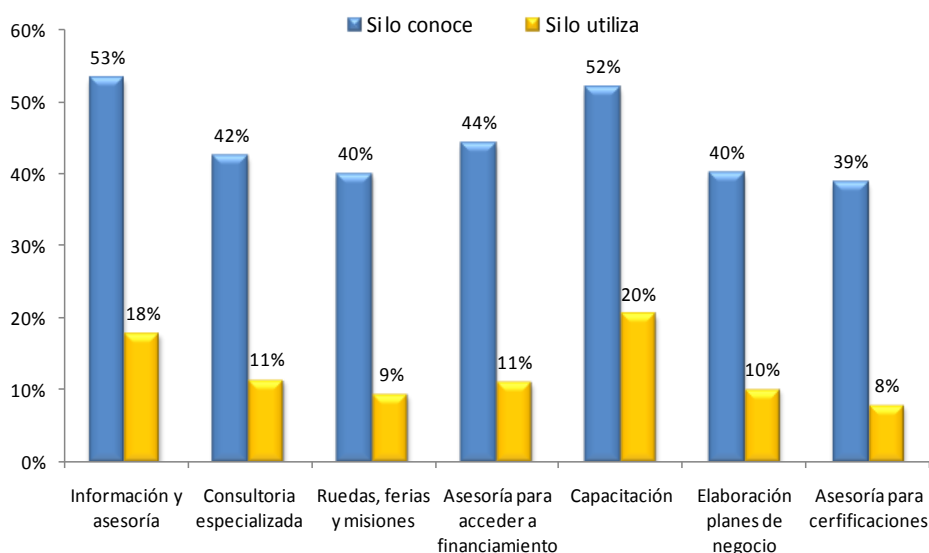


La mayoría de los empresarios creó su empresa por experiencia propia, es decir, conocían el negocio (59%). Se destaca la baja participación que tiene la identificación de la oportunidad del negocio con asesoría y la investigación del mercado.

Estos son dos instrumentos fundamentales para crear empresas sostenibles en el largo plazo

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

De los servicios ofrecidos para apoyar la actividad empresarial, ¿Cuáles conoce y utiliza?



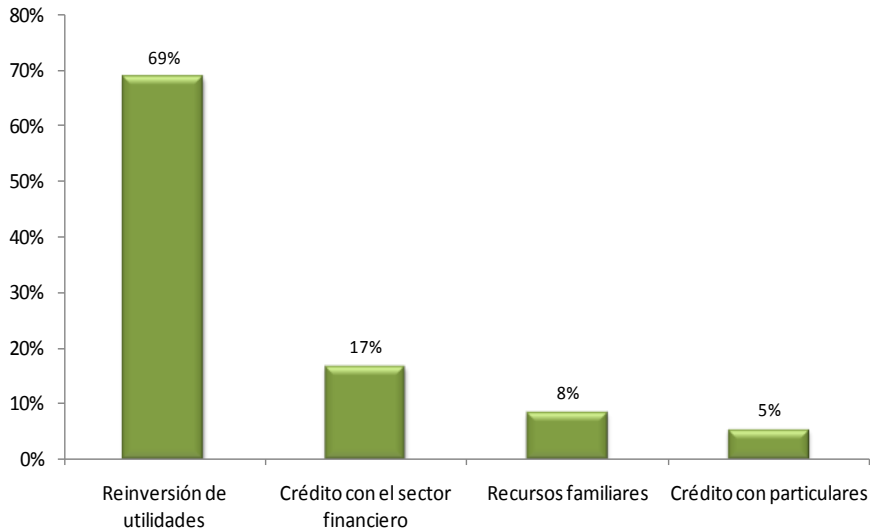
Los empresarios en Bogotá tienen buen nivel de conocimiento sobre los servicios que hay en la ciudad para apoyar su actividad, pero es baja la utilización de los mismos.

En buena medida, esto puede estar relacionado con el predominio de empresas pequeñas que perciben que estos servicios no son necesarios para el funcionamiento de sus empresas

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

4. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

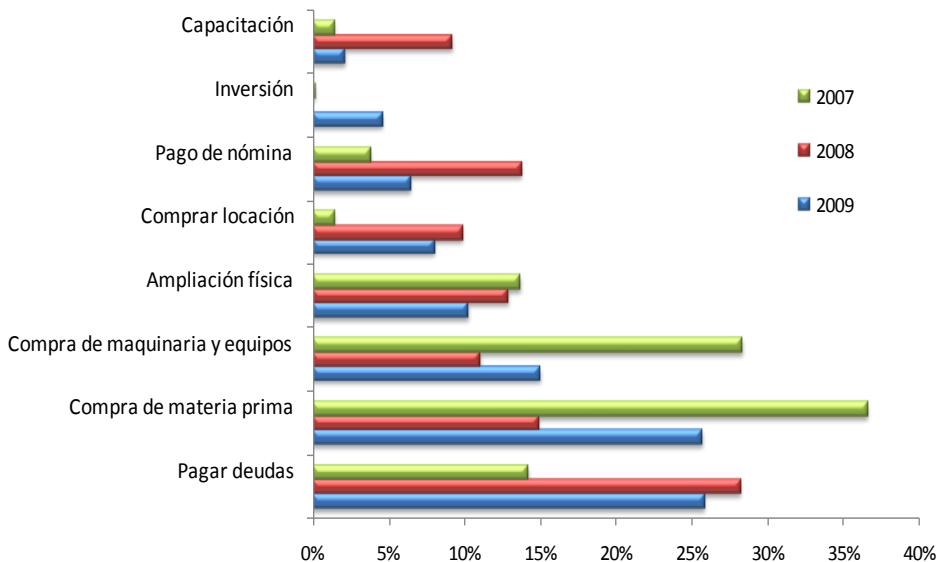
¿Cómo financia el desarrollo de su actividad empresarial?



La reinversión de utilidades fue la principal fuente de financiamiento de las empresas en Bogotá. En segundo lugar está el crédito financiero, con menor importancia. Por ello, es necesario facilitar el acceso al crédito, en particular de las Mipymes, que perciben en el exceso de trámites como el mayor obstáculo para lograr un mayor financiamiento.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuál es el principal destino de los recursos que le prestaron?



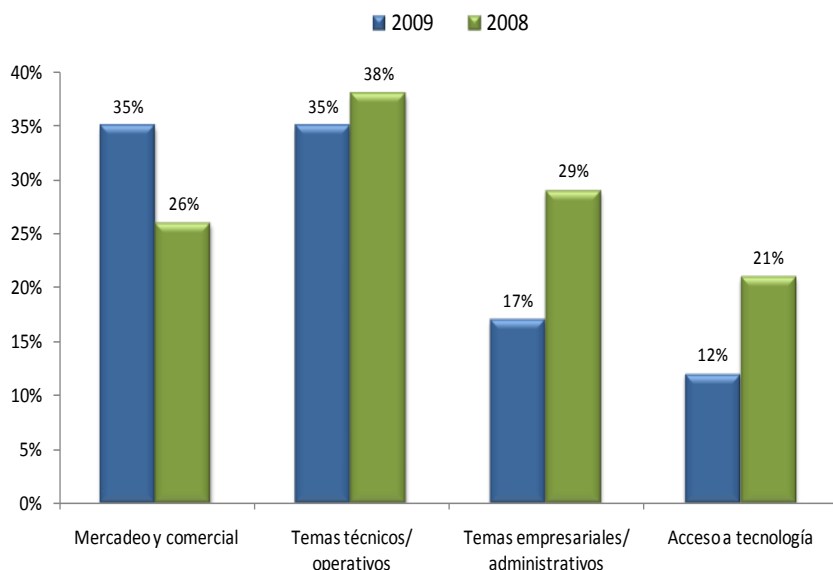
En el 2009, pagar deudas y comprar materias primas fueron los dos destinos más importantes del crédito en las empresas de Bogotá.

La inversión ocupa un lugar secundario (compra de equipos y maquinaria y ampliación física). Es decir, para las empresas el crédito es fundamental para financiar su capital de trabajo, y su escasez afecta de manera directa el ejercicio diario de la empresa.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

4. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿En que temas ha capacitado a su personal en el último año?



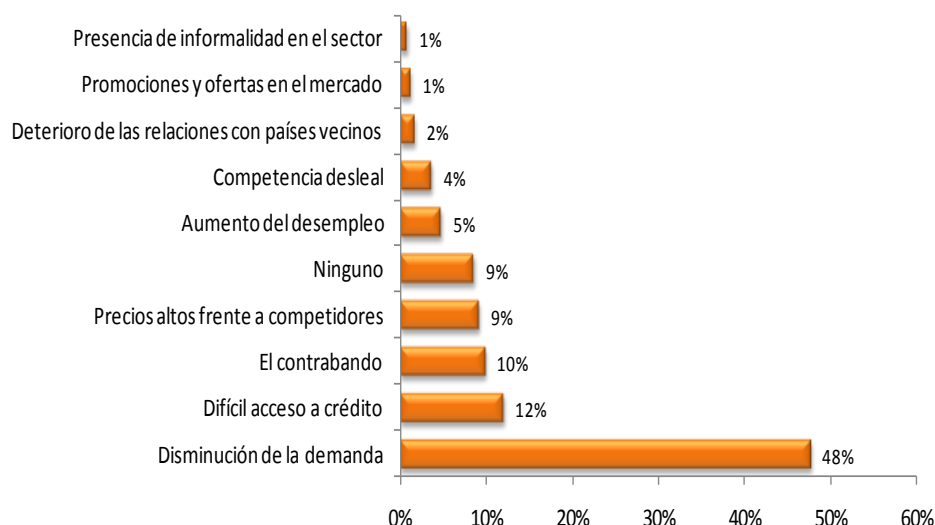
En el 2009, los empresarios de Bogotá han capacitado al personal en temas de mercadeo y comercial, y en aspectos técnicos y operativos, este último siguen siendo una constante para las empresas, ya que requieren tener a su personal operativo actualizado.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.



5. Impacto de la situación económica en las empresas de Bogotá

¿Cuáles son los principales problemas que afectan la economía de su empresa?



En el 2009, el principal problema que enfrentaron las empresas en Bogotá fue la disminución de la demanda, como resultado de la desaceleración de la economía colombiana y las restricciones para vender sus productos en los mercados externos.

También fueron importantes el difícil acceso al crédito y el contrabando.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿Cuáles son las principales acciones que realizó en el último año para mitigar el impacto de la situación económica?



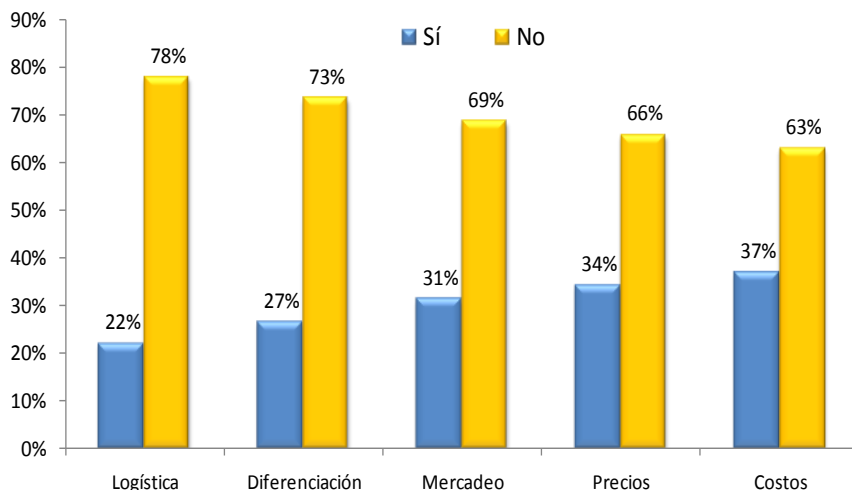
Los empresarios de Bogotá para mitigar el impacto de la disminución de la demanda en sus empresas acudieron a la reducción de costos, a la realización de promociones y a ofrecer un buen servicio al cliente.

Estas acciones permitieron mantener niveles de competitividad con productos adecuados a mercados que requerían precios bajos.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

5. Impacto de la situación económica en las empresas de Bogotá

¿Ha implementado alguna de estas estrategias para mitigar el impacto de la situación económica?

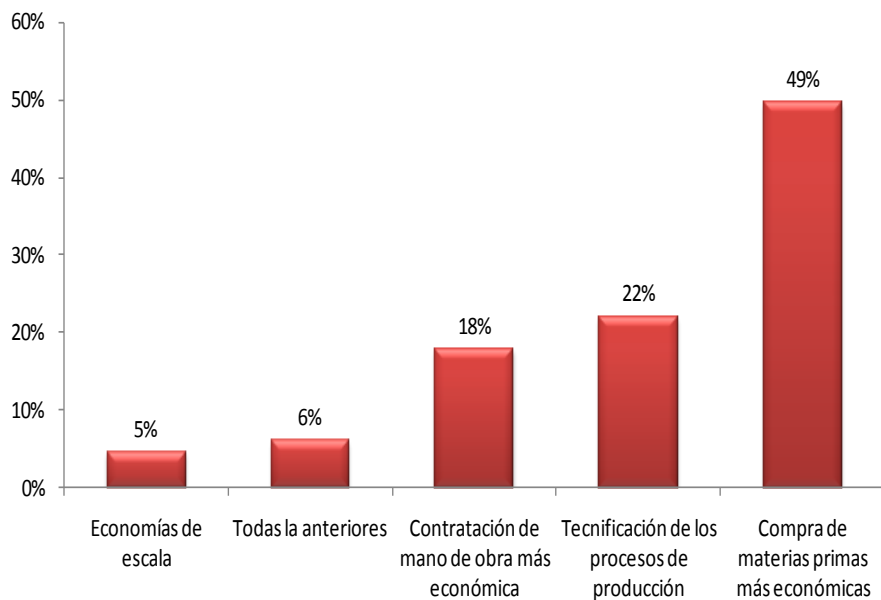


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2009.

En el 2009, los empresarios de Bogotá enfrentaron la desaceleración de la economía con estrategias de reducción de costos y de precios principalmente.

Además el 31% de los empresarios utilizaron estrategias de mercadeo para mantener sus ventas en el mercado de la ciudad.

¿Cuáles estrategias de costos ha implementado?

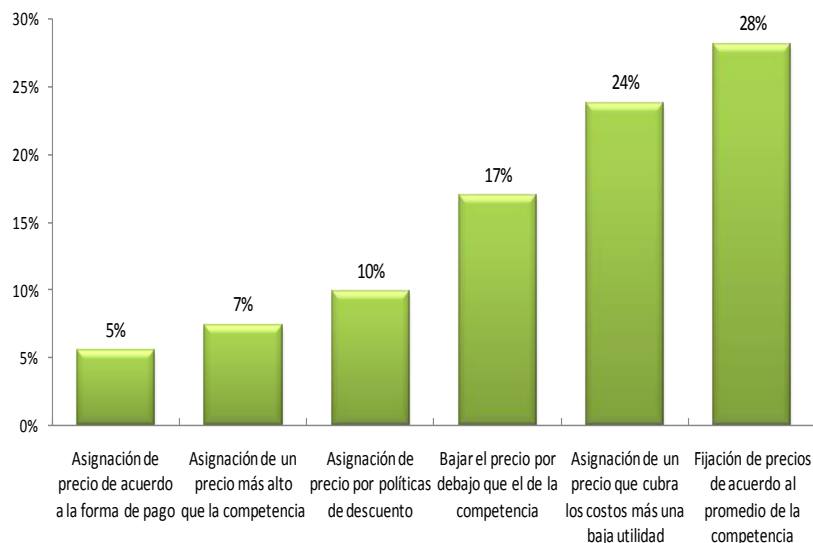


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2009.

Para 37% de los empresarios que utilizaron estrategias de costos, la más utilizada fue la compra de materias primas más económicas, siendo uno de los factores más importantes en las estructuras de costos de las empresas. También se destacaron la tecnificación de los procesos de producción y la contratación de mano de obra más económica..

5. Impacto de la situación económica en las empresas de Bogotá

¿Cuáles estrategias de precio ha implementado?



Entre los empresarios que adoptaron estrategias de precios (34%) para enfrentar la caída de la demanda, el 69% mantuvo políticas de control de precios: se procuró que los precios no fueran mayores a la competencia, mantener utilidades bajas e incluso fijar precios inferiores a los existentes en el mercado (17%).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2009.

¿Cuáles estrategias de mercadeo ha implementado?

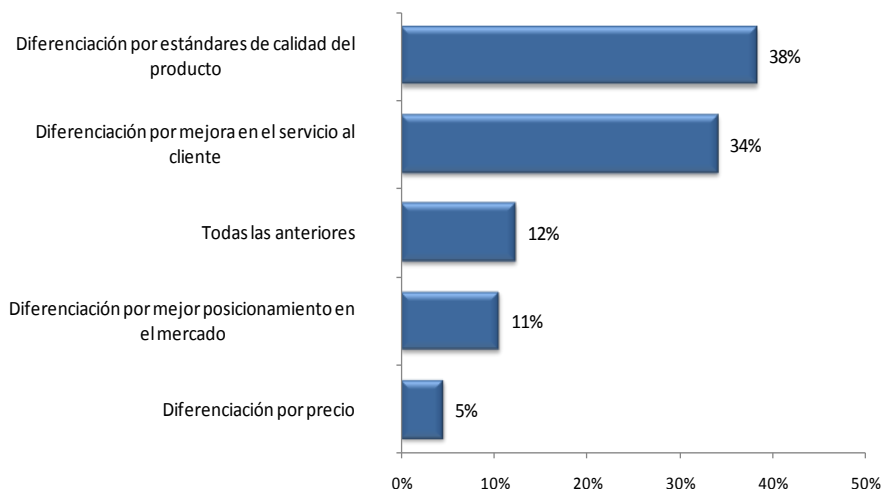


El 31% de los empresarios implementó estrategias de mercadeo para afrontar los efectos de la caída de las ventas. Entre las principales acciones que predominaron en los empresarios fueron: el rediseño de productos y servicios, la publicidad y las mejoras en el empaque.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2009.

5. Impacto de la situación económica en las empresas de Bogotá

¿Cuáles estrategias de diferenciación ha implementado?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2009.

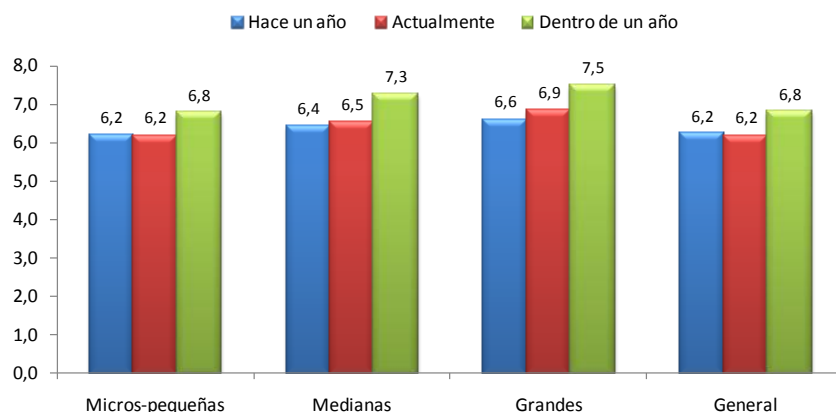
Para enfrentar el impacto del menor crecimiento de la economía, el 27% de los empresarios utilizaron estrategias de diferenciación.

Las más utilizadas fueron la diferenciación por estándares de calidad y por mejora en el servicio al cliente, es decir, que ante la disminución de la demanda y las dificultades para modificar los precios (5%), la calidad del producto se ajustó a las nuevas condiciones, pero, en las empresas el servicio al cliente fue más atractivo.



6. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región

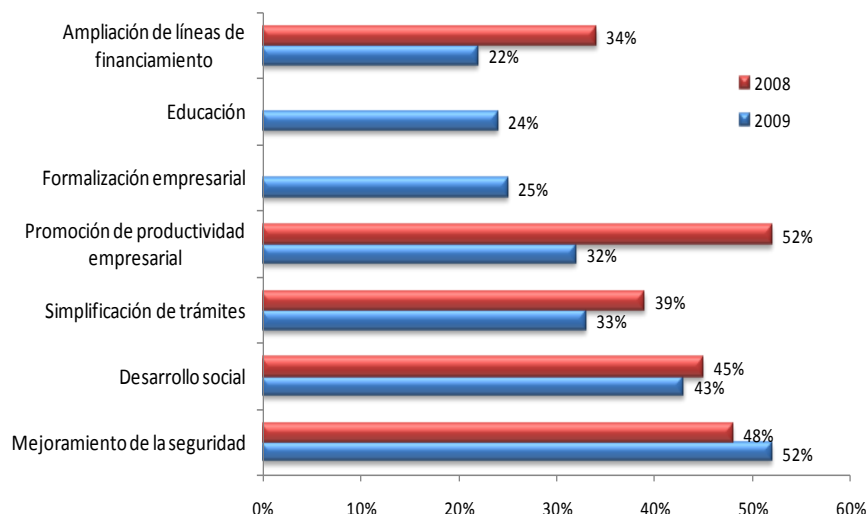
¿Cómo califica a Bogotá en materia de desarrollo empresarial?



En el 2009, la percepción de los empresarios sobre el desarrollo empresarial de la ciudad se mantuvo con relación al año anterior; sin embargo, hay más optimismo respecto a los resultados del 2010 en todos los tamaños de empresa, en especial en la mediana (7,3) y gran empresa (7,5).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta sobre el clima de negocios en Bogotá 2009.

¿En que cree que debe trabajar el Gobierno Distrital, para facilitar el crecimiento económico de la ciudad?

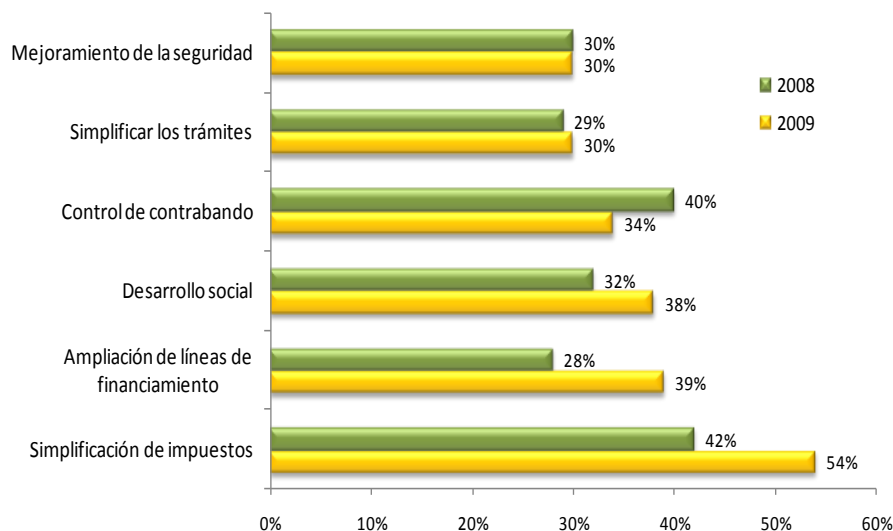


En el 2009, los empresarios solicitaron al gobierno distrital principalmente mejorar la seguridad, más desarrollo social y simplificación de trámites para facilitar el crecimiento de sus empresas. El tema de seguridad está asociado en gran parte al aumento en el 2009 con relación al 2008 de los casos por extorsión (16%) y por homicidios (12%).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá. Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

8. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región

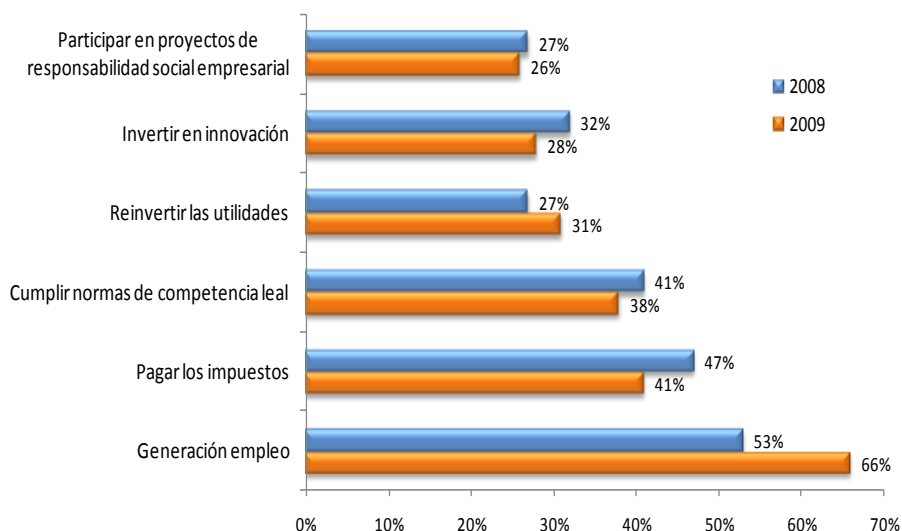
¿En que cree que debe trabajar el Gobierno Nacional, para facilitar el crecimiento económico de la ciudad?



En el 2009, los empresarios de Bogotá solicitaron al gobierno nacional la simplificación de impuestos (incluye reducir tramites), la ampliación de las líneas de financiamiento, más desarrollo social y el control al contrabando que está afectando de manera negativa a más de la tercera parte de los empresarios.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

¿En que cree que deben trabajar los empresarios, para facilitar el crecimiento económico de la ciudad?



En el 2009, los empresarios consideraron que su mejor aporte al crecimiento económico de Bogotá fue generar empleo y pagar impuestos principalmente. Por otro lado, se destaca la baja participación de los que consideran la innovación y la responsabilidad social como estrategia prioritaria para el crecimiento económico.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.
Encuesta del Clima de los Negocios 2009.

Conclusiones

En el 2009, el entorno para los negocios en Bogotá estuvo influenciado por la crisis económica mundial y la desaceleración de la economía colombiana. La crisis mundial afectó la economía de la ciudad principalmente a través de la disminución de los flujos de comercio y de la inversión extranjera. Por su parte, con la desaceleración de la economía del país, la industria, el comercio y el empleo en Bogotá registraron resultados menos favorables que en años anteriores. En consecuencia, la economía de la ciudad creció 0.1% y la tasa de desempleo llegó a 11,5%, una de las más altas de América Latina. Para el 2010, las perspectivas son más optimistas y se espera un crecimiento económico del 2%, levemente inferior al previsto para Colombia (2.5%).

Esta situación, llevó a los empresarios a implementar estrategias para contrarrestar la caída en las ventas de productos y servicios para las empresas de la ciudad, ocasionadas por la revaluación del peso, los bajos precios en los mercados interno y externo, la disminución de la demanda y de la rentabilidad.

Aspectos favorables del Clima de Negocios en 2009 en Bogotá

- **Perspectivas optimistas.** La mayoría de los empresarios consideró que la situación económica de su empresa mejoró o permaneció igual (75%) respecto al 2008; así mismo, las perspectivas son optimistas para el 2010, el 43% perciben que las ventas serán superiores y el 36% que su participación en el mercado será mayor.
- **Disponibilidad de personal calificado.** Los empresarios de la ciudad consideraron que fue más fácil conseguir personal calificado de acuerdo al perfil requerido por la empresa, como resultado de la elevada oferta laboral en el mercado. Aumentó el número de personas ocupadas y de aquellas que buscaban empleo (la oferta laboral ó tasa global de participación pasó de 65,5% en el 2008 a 66,5% en el 2009).
- **Calidad de los insumos.** Los factores considerados por la mayoría de los empresarios que más favorecen el desarrollo de la actividad económica son la calidad y el bajo costo de los insumos y la simplicidad en los trámites.
- **Calidad y precios de los productos y servicios.** La distribución de los productos y servicios en la ciudad se favoreció principalmente por su calidad, mejores precios frente a la competencia y certificaciones de calidad.
- **Impacto positivo de las acciones implementadas.** Las acciones adoptadas por la mayoría (55%) de los empresarios ,para mitigar el impacto de la desaceleración de la economía en sus empresas, tuvo impacto positivo sobre el nivel de producción, la satisfacción del cliente y las ventas.

Aspectos desfavorables del Clima de Negocios en 2009 en Bogotá

- **Bajo crecimiento económico.** La desaceleración de la economía bogotana en el 2009, se expresó en el deterioro de la percepción de los empresarios sobre la situación económica de sus empresas y de la ciudad. En las empresas disminuyó la contratación de personal, las ventas y la inversión.
- **Inestabilidad económica e inseguridad.** Entre los principales obstáculos para el desarrollo de la actividad económica, los empresarios destacaron la inestabilidad de la economía y la inseguridad.
- **Transporte y crédito.** Los principales factores que dificultan la actividad exportadora fueron: los costos de transporte y las dificultades para acceder a capital. En efecto, para los exportadores colombianos los costos de transporte internacional son superiores a los de otros países como Chile y Argentina, entre otros.
- **Bajo uso de servicios empresariales.** Los empresarios tienen buen conocimiento (45%) sobre la existencia de servicios que pueden apoyar su actividad empresarial; sin embargo, solo el 20% de los empresarios utiliza alguno de estos servicios.
- **Disminución en la capacitación a empleados.** En el 2008 el 42% de los empresarios realizó algún tipo de capacitación a sus empleados, y en el 2009 solo el 29%, especialmente en los temas de mercadeo y comercial (35% de las empresas) y de carácter técnico (35%).

Estrategias de los empresarios para mitigar el impacto de la desaceleración económica

En Bogotá, los efectos de la crisis mundial se manifestaron en la desaceleración del crecimiento económico, que a su vez, se expresó en Bogotá, en la caída de las ventas y la pérdida de rentabilidad de las empresas. En este contexto, la economía bogotana, dejó de crecer y el 48% de los empresarios de la ciudad percibieron la disminución de la demanda como su principal problema. Para contrarrestar los efectos de este escenario en sus balances, la mitad de los empresarios adoptaron estrategias de costos, diferenciación de producto, logística, precio y de mercadeo.

- **Las estrategias de costos** fueron adoptadas por el 37% de los empresarios. Las principales acciones fueron la compra de materias primas y la contratación de mano de obra más económica. Este clase de estrategias fue utilizado principalmente por empresas grandes y medianas.
- **Las estrategias de precio** las utilizó el 34% de los empresarios, con acciones como la asignación de un precio adecuado para cubrir los costos más una baja utilidad; también, fue usual bajar el precio por debajo de la competencia. En la micro y pequeña empresa predominó esta clase de estrategias.

Conclusiones

- **Las estrategias comerciales y de mercadeo**, las llevaron acabo el 31% de los empresarios. Las acciones más frecuentes fueron las estrategias publicitarias (televisión, radio, impresos, internet, correo, etc.) y el rediseño del producto o servicio. Las medianas empresas fueron las que más utilización esta clase de acciones.
- **Las estrategias de diferenciación de producto**, las implementaron el 27% de los empresarios. Las acciones más frecuentes fueron las mejoras en el servicio al cliente y la manera en que se posicionan en el mercado. Este tipo de estrategias fue utilizado principalmente por micro y pequeñas empresas.
- **Las estrategias de logística** las emplearon el 22% de los empresarios, con acciones como la flexibilidad en la entrega de pedidos y la diversidad de productos. La gran empresa usó con mayor frecuencia esta clase de estrategias.

En general, con el fin de mitigar el impacto de la situación económica, las empresas en Bogotá utilizaron estrategias de acuerdo con su tamaño: las micro y pequeñas realizaron estrategias de todo tipo, principalmente de precio y diferenciación de producto o servicios. Las empresas medianas realizaron estrategias de mercadeo y de costos principalmente. Y en las empresas grandes predominaron las estrategias de logística y de costos.

Prioridades de políticas públicas nacionales y distritales para facilitar el crecimiento económico de las empresas y de la ciudad.

En la actual coyuntura económica, Bogotá y su región requieren fortalecer el mercado interno y consolidar estrategias de cooperación público privada, que permitan lograr un entorno cada vez más atractivo para los negocios y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Según la percepción de los empresarios bogotanos para facilitar el crecimiento económico, la acción del estado debe concentrarse en los temas de simplificación de impuestos, ampliación de líneas de financiamiento y desarrollo social. En cuanto al Gobierno Distrital, los empresarios consideran que debe trabajar para mejorar la seguridad, el desarrollo social y la simplificación de trámites.

Por tamaño de empresa, la percepción sobre los temas prioritarios para el gobierno distrital son diferentes. En la gran empresa se ha énfasis en que la Administración Distrital debe mejorar la seguridad y simplificar los trámites. En la mediana empresa, la apuesta es por educación y protección del medio ambiente. Y en la micro y pequeña empresa, se solicita mayor desarrollo social, formalización empresarial y ampliación de líneas de financiamiento.

Clima de los Negocios en Bogotá 2009

Estudio sobre la opinión
de los empresarios
de Bogotá

 **CAMARA**
DE COMERCIO DE BOGOTA
Por nuestra sociedad

